

## ***Voetgangersgebieden en winkelwandelstraten: instrumenten voor binnenstedelijke transformatie? – Kobe Boussauw***

Eind juni 2015 werd de autovrije zone in Brussel drastisch uitgebreid, en omvat sindsdien niet enkel meer het toeristische gebied rond de Grote Markt, maar ook een groot deel van de zogenaamde centrale lanen. Hoewel het om één van de grootste voetgangerszones van Europa gaat, is het toch geen typisch winkelwandelgebied, en is het daardoor moeilijk te vergelijken met bestaande voetgangerszones in andere steden. De effecten van het verkeersvrij maken op het functioneren van de binnenstad waren dan ook moeilijk op voorhand in te schatten. Onder andere om deze reden werd het Brussels Centre Observatory opgericht, een samenwerkingsverband van Brusselse universiteiten dat de effecten van het voetgangersgebied bestudeert en beleidsaanbevelingen opstelt voor de verdere ontwikkeling van het gebied. Het voorliggende artikel gaat in op de specifieke problematiek van de lokale effecten op de kleinhandelsstructuur van het verkeersvrij maken van delen van stadscentra, aan de hand van een literatuurstudie. Uit de studie blijkt dat de meeste gedocumenteerde, economisch succesvolle cases een gemiddelde toename van zowel het aantal bezoekers, van de omzet van kleinhandel en horeca, en van de huurprijzen in de autovrij gemaakte kernwinkelgebieden vertonen. Succesfactoren zijn de aanwezigheid van een bepaalde kritische massa van bewoners in het stadscentrum, de aanwezigheid van een performant openbaar-vervoernetwerk, een relatief lage mate van autoafhankelijkheid van de stad, en een flankerend beleid gericht op het ontmoedigen van suburbane en perifere grootschalige kleinhandel. Ketenwinkels, voornamelijk in de sector kledij en aanverwanten, net als restaurants, lijken doorgaans baat te hebben bij een voetgangerszone, wat echter vaak niet het geval is voor handelaars in dagdagelijkse producten en volumineuze goederen.

## **Voetgangersgebieden en winkelwandelstraten:**

*Instrumenten voor binnenstedelijke transformatie?*

***Kobe Boussauw***

- *De meeste gedocumenteerde, economisch succesvolle cases van autovrij gemaakte kernwinkelgebieden wijzen op een gemiddelde toename van het aantal bezoekers, van de omzet van kleinhandel en horeca, en van de huurprijzen.*
- *Succesfactoren zijn de aanwezigheid van een bepaalde kritische massa van bewoners in het stadscentrum, de aanwezigheid van een performant openbaar-vervoernetwerk, een relatief lage mate van autoafhankelijkheid van de stad, en een flankerend beleid gericht op het ontmoedigen van suburbane en perifere grootschalige kleinhandel.*
- *Ketenwinkels, voornamelijk in de sector kledij en aanverwanten, net als restaurants, hebben doorgaans baat bij een voetgangerszone, wat vaak niet het geval is voor handelaars in dagdagelijkse producten en volumineuze goederen.*
- *Minder succesvolle voorbeelden zijn ook minder vaak bestudeerd en gedocumenteerd, waardoor er in de literatuur mogelijk disproportioneel veel aandacht is voor de succesfactoren, terwijl faalfactoren onderbelicht worden.*

## **Voetgangersgebieden en winkelwandelstraten:**

### *Instrumenten voor binnenstedelijke transformatie?*

#### ***Inleiding***

Een systematische inventaris van de introductie van verkeersvrije centrumzones of voetgangersgebieden in zowel kleine als grotere steden is ons niet bekend. Hoewel de praktijk in Duitse en Britse steden vandaag een vanzelfsprekendheid geworden is, zijn er toch een aantal na-oorlogse voorbeelden die in de literatuur vaak terugkomen. Zo staat de Lijnbaan in Rotterdam (1953) bekend als de eerste doelbewust gebouwde winkelwandelstraat, die in 1959 gevolgd werd door het handelscentrum van de Britse 'new town' Stevenage. Uiteraard kennen ook deze projecten precedents in de vorm van de typische binnenstedelijke winkelgalerijen zoals die in de negentiende eeuw in heel wat Europese steden werden ontwikkeld (waaronder bijvoorbeeld de Sint-Hubertusgalerijen in Brussel).

De overgrote meerderheid van de vandaag bekende voetgangersgebieden werden echter ingevoerd als onderdeel van een pakket beleidsmaatregelen met als doel het stadscentrum nieuw leven in te blazen en stedelijk verval tegen te gaan, als tegenwicht tegen de gevolgen van intensieve suburbanisatie en stadsvlucht. Een voetgangersgebied wordt dan voornamelijk gezien als het toevoegen van een extra troef die aan de binnenstad een concurrentieel voordeel moet opleveren ten opzichte van suburbane ontwikkelingen. Door de binnenstad een specifieke niche te laten bezetten binnen het kleinhandelslandschap, blijft op die manier een deel van de omzet, en daardoor ook van de investeringen (in bijvoorbeeld het onderhoud van het patrimonium en de openbare ruimte) in de binnenstad.

#### ***Controverse***

De introductie van een voetgangersgebied is een beleidsmaatregel die achteraf slechts zelden weer wordt teruggedraaid, zelfs al rapporteert Faulk [2006] over verschillende Noord-Amerikaanse projecten die achteraf toch werden herzien omdat ze onvoldoende succesvol bleken te zijn. In het licht van deze vaststelling is het interessant om te zien dat protest van handelaars tegen verkeerssluwendende maatregelen volgens sommigen bijna een natuurwet lijkt te zijn [Castillo-Manzano et al., 2014].

In het geval van het Kopenhaagse Strøget bijvoorbeeld ontving de voor stadsplanning bevoegde schepen doodsbetredingen, en bij de opening van hetzelfde voetgangersgebied waren er belangrijke protestacties van zowel automobilisten als uitbaters van voornamelijk luxewinkels in de straat. Een tegenvoorbeeld is het door Flyvbjerg [1988] grondig gedocumenteerde 'Aalborg project', ook in Denemarken, waar handelaars zelf - overigens succesvol - pleitten voor een uitbreiding van het (aldaar reeds sinds 1962 bestaande) voetgangersgebied. Ook in Lyon (1978) kwam het voetgangersgebied er mede op initiatief van de handelaars.

Gezien de controverses die de introductie van voetgangersgebieden sowieso met zich meebrengt, is het belangrijk om meer inzicht te krijgen in de socio-economische effecten van het verkeersvrij maken van centrumgebieden, onder andere om beter te kunnen anticiperen op mogelijke problemen, en om draagvlak te creëren voor bijkomende maatregelen in functie van een meer leefbare stad.

#### ***Bestaand onderzoek***

Ondanks de veelvuldige aanwending van het verkeersvrij maken van centrumstraten in zowel kleinere als grotere steden, voornamelijk maar zeker niet uitsluitend in Europa, is er weinig systematisch onderzoek bekend naar de socio-economische effecten.

Bestaand onderzoek is vaak slechts op één enkele case gericht, en is methodologisch zelden vergelijkend qua opzet. Bovendien is het kenmerkend voor voetgangersgebieden, net zoals voor quasi alle soorten stedenbouwkundige interventies, dat de impact erg contextafhankelijk is. Karakteristieken van de stedelijke structuur, zoals de bevolkingsdichtheid in het centrum, de omvang van de agglomeratie, de connectiviteit van het openbaar-vervoernetwerk, het beschikbaar inkomen en de koopkracht van de omwonenden, het klimaat, alsook lokale culturele aspecten, maken dat een gelijkaardige maatregel in de ene stad een heel ander effect kan sorteren dan in de andere.

Een tweede restrictie eigen aan het bestaande onderzoek is de beperkte verspreiding van publicaties. Het is aannemelijk dat heel wat onderzoeken door gemeentelijke overheden werden besteld en uitgevoerd, en daardoor niet werden gepubliceerd. Bovendien is het logisch dat lokale consultancyrapporten vaak in de lokale taal werden opgesteld, en daardoor alleen al minder toegankelijk zijn. In wat volgt hebben wij ons dan ook noodzakelijkerwijze beperkt tot bronnen in het Engels en het Frans die bovendien voor desk-research beschikbaar zijn. Hoewel de bovenstaande overwegingen betekenen dat onderzoek dat in een specifiek land werd uitgevoerd niet noodzakelijk representatief is voor het land, hebben wij in wat volgt toch een geografische indeling gehanteerd.

### ***Enkele cases: ambities, randvoorwaarden en valkuilen***

Het eerste bekende voorbeeld van de introductie van een voetgangersgebied die past binnen de in de inleiding geschetste definitie is Strøget in Kopenhagen (Denemarken), dat in 1962 verkeersvrij werd gemaakt, en onder andere via de publicaties van de Deense stedenbouwkundige Jan Gehl een belangrijke impact heeft gehad op de verspreiding van het stedenbouwkundige concept van een verkeersvrij stadscentrum. Sinds de tweede helft van de jaren 1960 vond het concept dan ook ingang in tal van steden in Europa, en in het bijzonder in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

Ook buiten Europa vinden we voorbeelden. In Noord-Amerika, waar stadscentra traditioneel veel meer op autobereikbaarheid zijn gericht, zijn voetgangerszones nooit erg populair geworden. Dat staat echter in contrast tot enkele bekende, relatief vroege, voorbeelden in Zuid-Amerika, zoals de Calle Florida in Buenos Aires, Argentinië (sinds 1971), of het winkelgebied van de Rua XV de Novembro in het Braziliaanse Curitiba (sinds 1972). In heel wat Aziatische steden zijn winkelstraten die niet voor auto's toegankelijk zijn van oudsher een vertrouwd fenomeen, voornamelijk dankzij smalle straten die autoverkeer eenvoudigweg onmogelijk maken. Niettemin wint ook daar het concept van formele winkelwandelstraten aan belang, wat aangetoond wordt door gevallen in onder andere Turkije, China (inclusief Hong Kong), Japan, Zuid-Korea, en Thailand.

In België werden de kiemen gelegd in Luik met het verkeersvrij maken van de Rue Neuvice in 1965 in het stadscentrum, eigenaardig genoeg in de periode die er voorafging aan de aanleg van grootschalige autoinfrastructuur. In de rest van het land duurde één en ander iets langer: in Gent werd in 1974 voor het eerst een centrumstraat afgesloten voor het verkeer, Leuven volgde in 1975. Sindsdien hebben verkeersvrije zones zich overal in het land mondjesmaat uitgebreid. Zo werd de Brusselse Grote Markt in 1991 verkeersvrij, gevolgd door onder andere de Meir in Antwerpen (in 1992), en de Brugse Grote Markt (zij het gedeeltelijk) in 1995.

In wat volgt bespreken en interpreteren we een aantal gepubliceerde studies rond de lokale economische impact van voetgangersgebieden. De cases zijn behoorlijk divers qua achtergrond, waarbij het zwaartepunt in West-Europa ligt, maar ook Turkije, Hong Kong, en de Verenigde Staten komen aan bod.

### **Verenigd Koninkrijk**

Bromley et al. [2003] bestuderen het effect van investeringen in de omgevingskwaliteit in kleinere Britse stadscentra. In het Verenigd Koninkrijk wordt revitalisering van de binnenstedelijke handelscentra door de overheid als complementair beschouwd aan het voeren van een restrictiever beleid ten aanzien van de

ontwikkeling van suburbane kleinhandel. Het afbakenen van een voetgangersgebied is slechts één mogelijke maatregel uit een waaier van opties die betrekking hebben op mobiliteit, het versterken van de lokale identiteit, het aanbieden van een diversiteit aan stedelijke functies, en het op een aantrekkelijke manier inrichten en onderhouden van het openbaar domein. De troef van het verkeersvrij maken is dan voornamelijk te vinden in het reduceren van verkeersoverlast in het winkelgebied.

Bromley et al. [2003] richten zich niet op winkelwandelstraten op zich, maar wel op stadscentra die voorwerp zijn geweest van een herwaarderingsstrategie, die in veel gevallen ook een voetgangersgebied omvatte. Doorgaans leiden dergelijke gesubsidieerde investeringen tot een tijdelijke versterking van het vertrouwen van de handelaars, en dus ook tot private investeringen in bijvoorbeeld het onderhoud van handelspanden. Eénduidige conclusies over economische effecten ontbreken echter. In een aantal gevallen bleek er na de investeringen wel degelijk sprake te zijn van een duurzaam heroplevingseffect (onder meer gemeten aan de hand van de evolutie van de huurprijzen), terwijl dat in andere gevallen niet zo leek te zijn. Bromley et al. [2003] deden eigen onderzoek in Llanelli, een kleine stad in Wales waar het traditionele handelscentrum vernieuwd werd, onder meer door een winkelwandelstraat in te richten, en versterkt werd met een nieuwe binnenstedelijke shoppingmall. Een reeks van enquêtes en interviews wees uit dat de handelaars het versterken van het kleinhandelsapparaat zelf (i.c. de bouw van de nieuwe shoppingmall) veel luider toejuichten dan de investeringen in het openbaar domein. Het bereiken van een zeker kritische massa in termen van winkelaanbod (waarbij een groot aantal winkels zich op wandelafstand van elkaar bevinden) werd als de allerbelangrijkste factor beschouwd, veeleer dan het voetgangersvriendelijk maken van de straat, of het voorzien van parking of kwalitatief openbaar vervoer.

## **Duitsland**

Hass-Klau [1993] onderzoekt de effecten van een aantal vooroplopende winkelwandelprojecten in West-Duitsland, opgezet in de periode 1967-1970, waar 83% van de winkels een omzetstijging rapporteerde, terwijl ook hotels (+ 28%) en restaurants (+ 63%) het beter deden dan de referentiezaken buiten het voetgangersgebied. In 1976 leverden deze cijfers in Duitsland zelfs de basis voor een rechterlijke uitspraak, die concludeerde dat het invoeren van een voetgangersgebied een duidelijk voordeel vormt voor de eigenaars van de aanpalende panden.

Hass-Klau [1993] geeft echter toe dat dergelijke ontwikkelingen geval per geval moeten worden bekeken, en niet geïsoleerd kunnen worden van regionaal-economische trends, andere stadsontwikkelingsprojecten, bereikbaarheid, ontwerpdetails, en de bevolkingsdichtheid op wandelafstand. Bovendien zijn niet alle handelszaken in het stadscentrum even centraal gelegen ten opzichte van het voetgangersgebied: de zaken die iets meer perifeer gesitueerd zijn, lijken in sommige gevallen toch negatieve effecten te ondervinden van de autovrije zone.

Met betrekking tot leegstand, blijkt dat er relatief meer winkelpanden te huur staan naarmate het verkeer in de straat drukker wordt, terwijl de laagste leegstandcijfers in verkeersvrij gebied worden opgetekend.

Hass-Klau [1993] stelt verder dat er na het autovrij maken van een gebied een overgangsperiode van één tot twee jaar in acht moet worden genomen, waarbinnen een omzetsdaling kan worden verwacht. Na deze periode mag gemiddeld echter een stijging van de omzet worden verwacht, die grotendeels ten goede komt van de eigenaars van de winkelpanden, die een hogere huurprijs kunnen vragen.

## **Frankrijk**

Ook in Frankrijk hebben tal van steden de voetgangerszone geïntegreerd in hun stadsvernieuwingstrategie, met La Rochelle en Rouen als koplopers (in 1970 en 1971), terwijl ook Lyon vrij vroeg (1978) een aantal straten verkeersvrij maakte, grotendeels op vraag van de in het stadscentrum gesitueerde handelaars zelf. Een relatief gedateerd onderzoek door Bourjaillat & Rabilloud [1989] brengen de evolutie van de kleinhandelsstructuur in het voetgangersgebied van Lyon in kaart in de periode 1977-1987. De belangrijkste conclusies van het onderzoek luiden dat de binnenstedelijke kleinhandel zich na de invoering van het

voetgangersgebied grotendeels heeft kunnen handhaven (hoewel het totale aantal handelszaken lichtjes was gedaald), dat reeds bestaande vormen van specialisatie zich versterkt hebben, en dat een deel van de geobserveerde wijzigingen in de structuur reeds zichtbaar waren vóór het autovrij maken van het gebied. Niettemin werd er een duidelijke afname van het aandeel voedingswinkels en woongerelateerde handelszaken waargenomen, terwijl kledingzaken en restaurants een merklijke toename vertoonden. Gemiddeld genomen nam de specialisatiegraad toe, bijvoorbeeld in de sector van de voedingswinkels. In een nog ouder onderzoek gaat Mérenne-Schoumaker [1981] gelijkaardige transformaties na in Aix-en-Provence, Bordeaux, Lille, Limoges, Le Mans (Frankrijk), aangevuld met Luik (België) en telkens één straat in Quimper, Lyon (Frankrijk), en Brussel (België - Nieuwstraat). Globaal kan op basis van dit onderzoek gesteld worden dat het autovrij maken wel degelijk een effect heeft op de evolutie van de kleinhandelsstructuur, en dat met name handelaars in volumineuze goederen, zaken die vaak moeten leveren, en handelaars in dagdagelijkse producten (zoals gewone voeding) lijken te verdwijnen. In de eerste twee gevallen is de gewijzigde verkeerssituatie de rechtstreekse oorzaak van de afname, terwijl in het laatste geval de stijgende huurprijzen vaak niet langer opwegen tegen de potentiële winstmarges die gerealiseerd worden bij de verkoop van niet-gespecialiseerde producten. Kledingzaken (en aanverwanten) en restaurants doen het doorgaans goed in de bestudeerde voetgangersgebieden.

In een actualisatie van de studie [Mérenne-Schoumaker, 1983] wordt de nadruk gelegd op de omzetstijging van heel wat horecazaken door het uitbreiden van terrassen in de verkeersvrije zone. Mérenne-Schoumaker [1983] maakt ook melding van een belangrijke afname van de zelfstandige handelaars ten voordele van ketenwinkels. Nochtans is het belangrijk in acht te nemen dat er in de jaren 1980 nog geen sprake was van de dominantie van internationale ketenwinkels in binnenstedelijke handelscentra zoals wij die vandaag kennen. Tenslotte moet benadrukt worden dat de waargenomen trends sterk afhankelijk zijn van de lokale context en van het type voetgangersgebied, waardoor enige nuance dus in acht moet worden genomen.

## **Zweden**

Net zoals in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn voetgangerszones in Zweden erg populair, zowel in grote als in kleine steden. Sandahl & Lindh [1995] onderzochten de socio-economische effecten van binnenstedelijke herwaarderingsprojecten in zes kernwinkelgebieden, waarvan er twee verkeersvrij werden gemaakt (namelijk Jönköping-Oost en in Örebro-Zuid). In de voetgangerszone van Jönköping-Oost werd van 1990 tot 1992 de grootste omzetstijging (+10-15%) genoteerd, terwijl ook Örebro-Zuid bovengemiddeld groeide (+5-10%), en de huurprijzen van de daar gelegen winkelpanden een gelijkaardige trend vertoonden. Van beide projecten wordt Jönköping-Oost als het meest geslaagde geëvalueerd, onder meer op basis van de combinatie van een voetgangersgebied met een verbeterd busaanbod, georganiseerd parkeren, en de aanwezigheid van centrummanagement. Deze elementen ontbreken in het project Örebro-Zuid, maar worden door de auteurs nochtans essentieel geacht voor het succes van de voetgangerszone.

Nog een belangrijke conclusie van Sandahl & Lindh [1995] is de vaststelling dat een belangrijk deel van de gegenereerde meerwaarde bij de pandeigenaars terechtkomt, met wie dan ook een billijke overeenkomst zou moeten worden gesloten voor het dragen van tenminste een deel van de kosten die aan centrumherwaardering worden gespendeerd.

## **Spanje**

Manzano et al. [2014] bestuderen de recente uitbreiding van de voetgangerszone van Sevilla tot buiten het historisch centrum, maar leiden hun eigen analyse in aan de hand van een literatuuroverzicht, gericht op het in kaart brengen van de voor- en nadelen van voetgangersgebieden. Enigszins generaliserend stellen Manzano et al. [2014] dat de voordelen zich enerzijds situeren in de verbetering van de lokale omgevingskwaliteit (met de nadruk op geluidsoverlast en luchtverontreiniging) en anderzijds in een stijging van de omzet van de lokale kleinhandel, die daarnaast ook hogere opbrengsten voor de verhuurders van winkelpanden met zich meebrengt. Als nadelen noemt Manzano et al. [2014] het mogelijke aanzwellen van

de verkeersstromen net buiten de voetgangerszone, een mogelijk verlies van lokale identiteit ten gevolge van de mogelijk toenemende interesse van en overnames door ketenwinkelbedrijven, en een trend naar monofunctionaliteit waardoor het voetgangersgebied na sluitingstijd mogelijk erg desolaat wordt. Bovendien bestaat er een risico dat, in geval de bereikbaarheid van het winkelgebied onvoldoende verzekerd is, dat potentiële klanten andere, beter bereikbare bestemmingen zullen opzoeken. Een andere algemene conclusie van deze auteur is dat het verkeersvrij maken van straten hoe dan ook tot controverse en tegenstand leidt. De eigenlijke analyse richt zich op het consumentengedrag van de gebruikers van twee recent verkeersvrij gemaakte straten in een dichtbevolkte woonbuurt in Sevilla, die zich nochtans buiten het toeristische centrum bevindt. Twee jaar na het verkeersvrij maken rapporteerde een derde van de respondenten dat zij de straten in kwestie vaker bezochten, de helft maakte melding van een toename in lokale aankopen, en bijna twee derde gaf aan vaker gebruik te maken van de aanwezige horeca, dit ondanks de economische crisis waaronder de stad in die periode zwaar leed.

## **Turkije**

In Istanboel bestudeerden Dokmeci et al. [2007] de impact van het verkeersvrij maken van Istiklal Caddesi, de hoofdstraat van het centrale stadsdeel Beyoglu. Tot in de jaren 1960 was Istiklal Caddesi de centrale handels- en winkelstraat bij uitstek, een rol die grotendeels teniet ging in de daaropvolgende decennia onder invloed van decentralisatie, verkeersoverlast, en het wegvallen van investeringen. In 1990 werd de straat autovrij gemaakt, werd er een nieuwe tramlijn (bediend door ‘vintage’ tramstellen) doorheen gelegd, en werd binnen wandelafstand een groot parkeergebouw opgetrokken. In 2000 werd de straat door middel van een nieuwe metrolijn verbonden met het nieuwe zakencentrum van Istanboel. Dokmeci et al. [2007] beoordelen het project als succesvol, aangezien de kleinhandel en horeca een heropleving kenden in synergie met de bezoekersaantallen die toenamen tot zowat 1 miljoen voorbijgangers per week.

Op basis van een eerder verkennende analyse van de grondprijzen in de hoofdstraat en in de aanpalende buurten, besluiten Dokmeci et al. [2007] dat de herwaardering, met inbegrip van het invoeren van het voetgangersgebied, tot een belangrijke comparatieve toename in grondprijzen heeft geleid in het voetgangersgebied, met name op die plaatsen waar de aanwezigheid van een metrostation belangrijke voetgangersstromen creëert.

Cömertler [2007] ontwikkelde een ‘hedonisch huurprijsanalysemodel’<sup>1</sup> voor woningen in de onmiddellijke omgeving van de Forbes Pedestrian Way, een in 1997 verkeersvrij gemaakte winkelstraat in een dichtbevolkte buurt in Izmir, die zich echter buiten het historisch centrum bevindt.

In het dichtbevolkte Izmir legt Cömertler (2007) sterk de nadruk op de bijdrage van de winkelwandelstraat aan de omgevingskwaliteit voor de omwonenden. De verkeersvrije straat wordt eerst en vooral als een stuk openbare open ruimte met een hoge gebruikswaarde beschouwd. Deze waardering vertaalt zich dan ook niet onverwacht in hogere vastgoedprijzen in de onmiddellijke omgeving van de wandelstraat. Het is opmerkelijk dat Cömertler [2007] geen onderzoek doet naar de huurprijzen van de winkelpanden, en hiermee duidelijk meer belang hecht aan het wandelgebied als deel van een kwalitatief stedelijk openbaar domein, veeleer dan als anker voor een dynamisch stedelijk winkelgebied.

## **Hong Kong**

In Hong Kong werden sinds 2000 verschillende straten verkeersvrij gemaakt. Wong [2014] onderzoekt voor drie verschillende voetgangerszones welke de impact is op de structuur van de kleinhandel. De onderzoekshypothese luidt dat bepaalde kleinhandels- en horeca-activiteiten door de stijgende huurprijzen in voetgangersgebieden uit de markt worden geprezen. Deze hypothese werd gevoed door een eigen literatuuroverzicht waaruit blijkt dat kleinere zelfstandige winkels en restaurants, net zoals zaken gericht op kleinschalige dienstverlening in winkelwandelstraten minder concurrentieel zijn, ten voordele van met name ketenwinkels die kledij, schoenen, en sieraden verkopen.

---

<sup>1</sup> Bij hedonische modellering probeert men de bijdrage van omgevingseffecten in de marktwaaarde van vastgoed te isoleren.

Hoewel Wong [2014] geen longitudinaal onderzoek uitvoert, lijkt zijn momentopname van een waaier aan verschillende winkelgebieden de hypothese grotendeels te bevestigen. In de permanent autovrije winkelwandelstraten die in de studie werden opgenomen ligt het aandeel ketenwinkels een stuk hoger (tot 93% in de wijk Mong Kok) dan in de niet-verkeersvrije winkelstraten (in Mong Kok: 48%). De zaken in de winkelwandelstraten zijn bovendien overwegend op consumentenverkoop gericht (gemiddeld 90% van alle zaken), met de nadruk op persoonlijke verzorging, juwelen, elektronica, en kledij. Dienstverlening is grotendeels afwezig, en ook horeca-uitbatingen zijn erg zeldzaam in de winkelwandelstraten. Beide types activiteiten komen dan wel overvloedig voor in aanpalende, niet-verkeersvrije straten (gemiddeld zowat 40% van de zaken in de niet-verkeersvrije straten).

Hoewel Wong [2014] het achterliggende transformatieproces niet bestudeert, maakt hij wel een anekdotische melding van een zaak die de gestegen huurprijs niet langer kon betalen na invoering van het voetgangersgebied, en zich genoodzaakt zag te verhuizen.

## **Verenigde Staten**

Hoewel de bovenstaande cases een doorgaans rooskleurig beeld schetsen van de impact van het verkeersvrij maken van centrale winkelgebieden als deel van een stedelijke herwaarderingsstrategie, moet opgemerkt worden dat de minder succesvolle voorbeelden ook minder vaak bestudeerd en gedocumenteerd zijn. Daardoor is er in de literatuur mogelijk disproportioneel veel aandacht voor de succesfactoren, terwijl faalfactoren onderbelicht worden.

Niettemin maakt Faulk [2006] melding van de oorspronkelijke populariteit van voetgangersgebieden in de jaren 1970 in de Verenigde Staten. Hij stelt echter: “In two decades time, while there are still a few examples of successful pedestrian malls in existence, most communities (including Fourth Street in Louisville, Kentucky) have opened the streets back up to vehicular traffic. Pedestrian malls did not meet the original goal of bringing people downtown and reversing the decline of downtown retail.” Hoewel geen systematisch onderzoek bekend is naar geflopte voetgangersgebieden in de Verenigde Staten, is bijvoorbeeld de lijst op de betreffende Wikipedia-pagina [Wikipedia, 2016] opvallend kort: het gaat om het centrale winkelgebied in Boston, een handvol straten in New York City, en hier en daar een straat in een keur aan steden waaronder Santa Monica (Los Angeles) en San Francisco.

Faulk [2006] ziet dan ook weinig heil in voetgangersgebieden als deel van een stedelijke herwaarderingsstrategie in de Verenigde Staten. Het hele ruimtelijke systeem van de meeste Noord-Amerikaanse steden is in zo'n sterke mate gericht op autobereikbaarheid en op grootschalige, suburbaan gelegen kleinhandel, dat het quasi onmogelijk lijkt om potentiële bezoekers ertoe te bewegen hun auto aan de rand van het winkelgebied achter te laten en hun activiteiten te voet of met het openbaar vervoer te organiseren. Een bijzonder lage binnenstedelijke bevolkingsdichtheid, typisch voor Noord-Amerikaanse steden, ondermijnt bovendien de benodigde kritische massa aan bezoekers die in staat zijn om het gebied te voet of met het openbaar vervoer te bereiken. Niet toevallig bezitten de steden waar wel verkeersvrije straten voorkomen (Boston, New York) een eerder traditionele, vooroorlogse structuur, met inbegrip van een significante binnenstedelijke populatie en een degelijk openbaar-vervoernetwerk.

Kenmerkend voor de Noord-Amerikaanse manier van denken over de rol van de voetganger in de binnenstad is het pleidooi van Robertson [1993] voor een systeem van ‘skywalks’ of voetgangersbruggen die de verschillende in hoogbouw ondergebrachte binnenstedelijke activiteiten, waaronder winkelcentra, met elkaar en met de haltes van het openbaar vervoer moeten verbinden. Op die manier worden conflicten met het autoverkeer vermeden en worden investeringen in zuiver publieke (anders dan semipublieke) ruimte voor voetgangers overbodig.



## *Conclusies*

Ondanks de contextafhankelijkheid, wijzen de meeste gedocumenteerde cases op een gemiddelde toename van zowel het aantal bezoekers, van de omzet van kleinhandel en horeca, en van de huurprijzen in kernwinkelgebieden die autovrij werden gemaakt. Op basis van hun metastudie hebben Whitehead et al. [2006] het over een toename van gemiddeld 32% in aantal bezoekers, van 17% voor wat betreft omzet, en van 22% voor wat betreft huurprijzen. Daar staat echter tegenover dat de niet-succesvolle, vaak weer afgeschafte projecten, doorgaans niet gedocumenteerd zijn.

Het opvallend beperkte succes van winkelwandelstraten in de Verenigde Staten doet vermoeden dat de ruimtelijke structuur van de stad een erg belangrijke succesfactor is. De aanwezigheid van een bepaalde kritische massa van bewoners in het stadscentrum, de aanwezigheid van een performant openbaar-vervoernetwerk, een relatief lage mate van autoafhankelijkheid, en een flankerend beleid gericht op het ontmoedigen van suburbane en perifere grootschalige kleinhandel zijn elementen die bijdragen tot het commerciële succes van een voetgangersgebied.

Bovendien lijkt het autovrij maken van een centrumgebied pas succesvol te zijn als het om een actie gaat die deel uitmaakt van een hele korf van kernversterkende maatregelen. Met name een flankerend beleid rond bereikbaarheid, waarbij het openbaar vervoer versterkt wordt en randparkings worden voorzien, wordt belangrijk geacht [Sandahl & Lindh, 1995]. Opvallend is ook dat de omvang van het winkelaanbod zelf cruciaal is voor de bezoekersstromen, en wellicht belangrijker is dan de inrichting van het openbaar domein [Bromley et al., 2003]. De opening van een nieuw binnenstedelijk winkelcentrum, onmiddellijk aansluitend bij de bestaande voetgangerszone, kan het succes versterken, zeker als op die manier de ontwikkeling van bijkomende suburbane kleinhandel wordt vermeden. Daarnaast worden ook de kwaliteit van de openbare ruimte, netheid, sociale veiligheid, en een coördinerende centrummanager als extra troeven genoemd. Opvallend is dat er relatief weinig onderzoek bekend is naar de effecten van het verkeersvrij maken op de structuur van de kleinhandel, en met name naar het type activiteiten dat mogelijk niet verenigbaar is met het concept van het voetgangersgebied. Yip [2014] suggereert nochtans dat de succesvolle invoering van een voetgangersgebied kan leiden tot de verhuis van kleine, zelfstandige zaken, voornamelijk in de sectoren horeca en dienstverlening. De belangrijkste reden is niet zozeer de gewijzigde verkeerssituatie, als wel discrepantie tussen de mogelijke omzetstijging, en de huuropbrengsten die door de pandeigenaars worden verwacht. Ook Sandahl & Lindh [1995] suggereren dat een groot deel van de gerealiseerde baten bij de pandeigenaars terechtkomen, en dat de handelaars zelf dus niet noodzakelijk in het winnende kamp te vinden zijn. Ouder onderzoek van Mérenne-Schoumaker [1981, 1983] wijst anderzijds op een toenemende specialisatiegraad van handelaars in voetgangerszones, op het verdwijnen van verkopers van volumineuze goederen, en op een groei van kledingzaken en aanverwanten, en van restaurants. Het aandeel ketenwinkels lijkt snel toe te nemen, terwijl het waargenomen succes van de restaurants deels te danken is aan de toegenomen mogelijkheid om terrassen uit te baten.

## Bibliografie

- BOURJAILLAT, V. and RABILLOUD, H., 1989. Les rues piétonnes lyonnaises ou le renforcement de la spécialisation commerciale au service de la centralité? In: *Revue de géographie de Lyon*. 1989. Vol. 64, no. 2, pp. 99–110.
- BROMLEY, R., HALL, M. and THOMAS, C., 2003. The impact of environmental improvements on town centre regeneration. In: *Town Planning Review*. 2003. Vol. 74, no. 2, pp. 143–164.
- CASTILLO-MANZANO, J. I., LOPEZ-VALPUESTA, L. and ASECIO-FLORES, J. P., 2014. Extending pedestrianization processes outside the old city center; conflict and benefits in the case of the city of Seville. In: *Habitat International*. 2014. Vol. 44, pp. 194–201.
- CHIQUELTO, S., 1997. The environmental impacts from the implementation of a pedestrianization scheme. In: *Transportation Research Part D*. 1997. Vol. 2, no. 2, pp. 133–146.
- CÖMERTLER, S., 2007. *The Impact of Pedestrianization on Residential Property Rental Values*. Doctoral Thesis in Engineering and Sciences. İzmir. İzmir Institute of Technology.
- DOKMECI, V., ALTUNBAS, U. and YAZGI, B., 2007. Revitalisation of the main street of a distinguished old neighbourhood in Istanbul. In: *European Planning Studies*. 2007. Vol. 15, no. 1, pp. 153–166.
- FAULK, D., 2006. The process and practice of downtown revitalization. In: *Review of Policy Research*. 2006. Vol. 23, no. 2, pp. 625–645.
- FLYVBJERG, B., 1988. *Rationality and Power: Democracy in Practice*. Chicago: The University of Chicago Press.
- HASS-KLAU, C., 1993. Impact of pedestrianization and traffic calming on retailing: A review of the evidence from Germany and the UK. In: *Transport Policy*. 1993. Vol. 1, no. 1, pp. 21–31.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, B., 1981. Structure commerciales des rues et centres piétonniers: Essai de comparaison de quelques cas français et belges. In: *Bulletin de la société Belge d'études géographiques*. 1981. Vol. 50, no. 2, pp. 135–144.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, B., 1983. Les activités commerciales dans les secteurs piétonniers: structure et évolution. In: *Analyse de l'espace*. 1983. No. 2, pp. 19–37.
- ROBERTSON, K. A., 1993. Pedestrianization strategies for downtown planners: Skywalks versus pedestrian malls. In: *Journal of the American Planning Association*. 1993. Vol. 59, no. 3, pp. 361–370.
- SANDAHL, J. and LINDH, C., 1995. Impact of improving the attractiveness of town centres. In: *Transport Policy*. 1995. Vol. 2, no. 1, pp. 51–56.
- WHITEHEAD, T., SIMMONDS, D. and PRESTON, J., 2006. The effect of urban quality improvements on economic activity. In: *Journal of Environmental Management*. 2006. Vol. 80, no. 1, pp. 1–12.
- WONG, H., 2014. *Impacts of Pedestrian Schemes on the Types of Retailers*. Doctoral thesis in urban planning and design. Hong Kong. The University of Hong Kong.
- , 2004. Pedestrian zone. In: *wikipedia.org* [online]. 11 January 2004. [Consulted on 16 August 2016]. Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Pedestrian\\_zone](https://en.wikipedia.org/wiki/Pedestrian_zone)